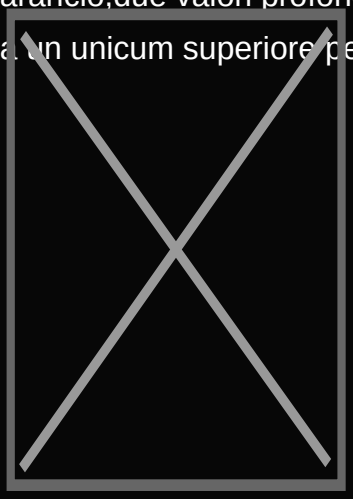
Mionetto svela la sua nuova anima al mondo al Prowein

2018-the-new-mionetto-soul-b122671c

Fin dalle sue origini Mionetto, storica cantina di Valdobbiadene, esprime un’anima moderna, innovatrice ed energica: uno spirito che incarna la passione che da oltre 130 anni trasferisce nel suo Prosecco, sublime manifestazione di un piacere di vivere tutto italiano. Oggi,il Prosecco bestseller nel mondo decide di rivelare in modo diretto e deciso il colore della sua anima, l’essenza della sua brand personality, dando vita ad una rivisitazione del proprio simbolo per elezione.

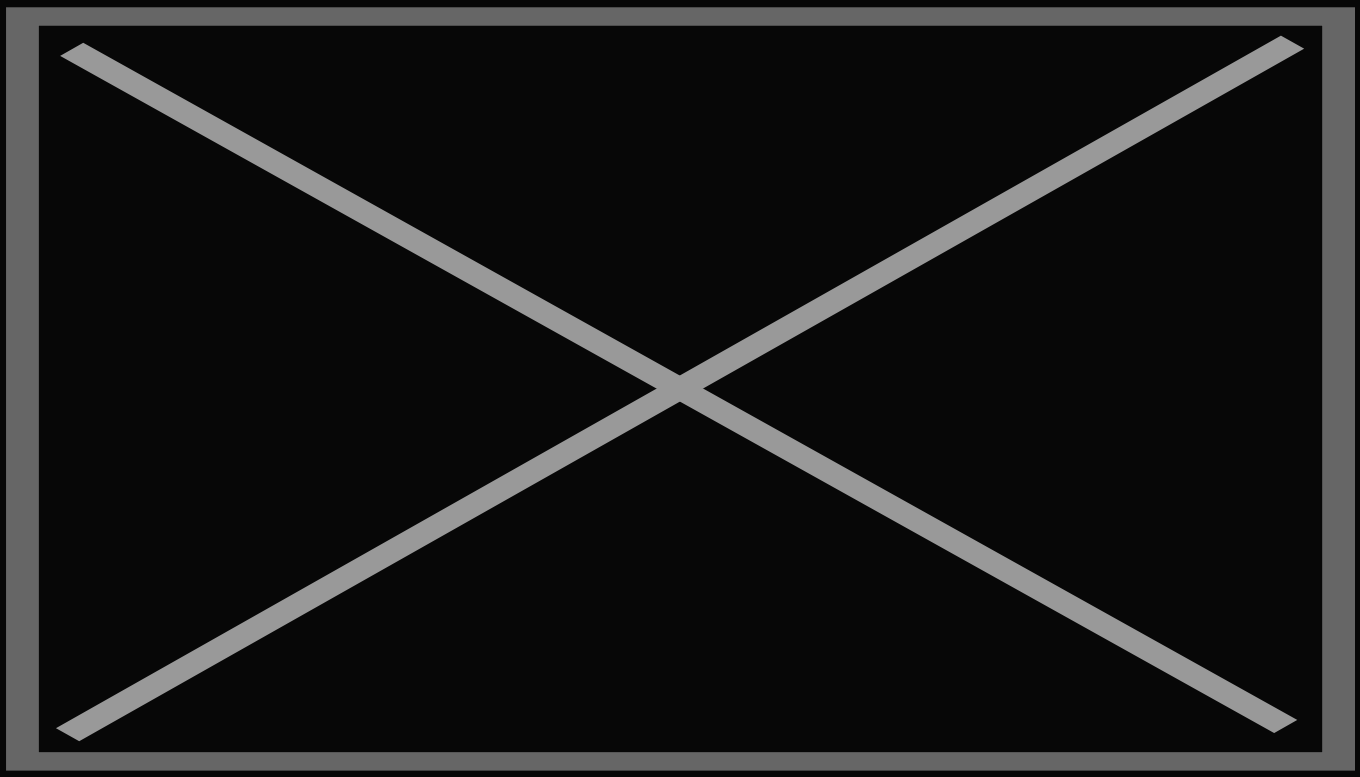
Molto più che un semplice rinnovamento grafico. Perché tocca l’anima di Mionetto, la sua essenza. Perché si fonda su due elementi cardine della sua identità: obliquità e mondo cromatico giallo-arancio,due valori profondamente radicati nella storia e nel dna della cantina, si fondono per dare vita a un unicum superiore pervaso di energia e spinta dinamica.



L’obliquità è un segno che sin dalle origini contraddistingue tutte le forme di comunicazione di Mionetto, a partire dal packaging, e ben riassume il modo in cui guarda al mondo delle bollicine e del Prosecco.Una prospettiva personale, mai banale, innovativa e dinamica, un punto di vista non convenzionale, curioso, pronto ad abbracciare e ad anticipare le nuove esigenze dei mercati e dei consumatori.

L’arancione, punto estremo e passionale delle calde cromie gialle da sempre caratteristiche del mondo del Prosecco e di Mionetto, rende invece omaggio all’amore per queste bollicine e per un mondo ed un territorio in cui dal 1887 la cantina è protagonista. La diagonale che si integra nel nuovo logo diventa oggi, dunque, casa ideale per la nuova anima arancione di Mionetto.

Dinamismo ed energia svelano finalmente la profonda natura di Mionetto e costituiscono il fil rouge della sua identità: viva, autenticamente libera, capace di mostrarsi al mondo in chiave nuova e al tempo stesso consapevole del proprio passato e dei valori che incarna.Il suo Heritage,da una storia radicata sin dalle origini a Valdobbiadene, nel cuore del territorio del Prosecco; la sua Premium Quality, data dal sapere enologico tramandato negli anni, dalla profonda conoscenza del territorio e dalla storica collaborazione con i produttori locali delle aree DOCG e DOC. E ancora, il suo Premium Taste, che trascende gli standard enologici esaltando le caratteristiche naturali del Prosecco, e il suo Premium Style, che fa dell’immagine della marca una perfetta rappresentazione del gusto e dello stile di vita italiani, legati al mondo del vino e alla sua contemporaneità.



Una pennellata obliqua tracciata con passione sulla tela, una nota fresca e decisa impossibile da ignorare, su un background fatto di qualità ed esperienza. Una prospettiva originale che brilla sullo sfondo dei valori di sempre, ancora più forti e concreti. Questa nuova anima caratterizzerà tutta la comunicazione e l’immagine di Mionetto, dalla corporate identity, al packaging, dall’advertising alla sfera digital, passando per il mondo degli eventi dove lo stile italiano e il piacere della convivialità

trovano massima espressione.

Un carattere con più di 130 anni di storia svela al mondo il suo nuovo volto, in cui animo e la cui personalità diventano elementi forti, concreti, seducenti. Mionetto. More than just a Prosecco. Per presentare al mondo la sua nuova identità, Mionetto ha scelto Prowein, la più importante fiera di settore a livello internazionale in programma dal 18 al 20 marzo a Düsseldorf. In Italia il debutto avverrà in occasione di Vinitaly, a Verona dal 15 al 18 aprile.

www.mionetto.com